

**ANALISIS PELAYANAN KUALITAS JASA LAYANAN OJEK
ONLINE MENGGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL,
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN
POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE (PGCV)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

**MUHAMMAD FANNY YOGA PRADANA
D600170003**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PELAYANAN KUALITAS JASA LAYANAN OJEK ONLINE
MENGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL, IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN POTENTIAL GAIN IN
COSTUMER VALUE (PGCV)**

PUBLIKASI ILMIAH

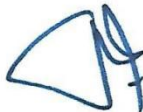
Oleh:

MUHAMMAD FANNY YOGA PRADANA
D600.170.003

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'M' and 'F' combined into a single fluid shape.

(Mila Faila Sufa, ST., MT.)
NIK. 972


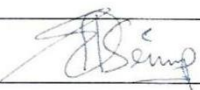
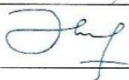
HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PELAYANAN KUALITAS JASA LAYANAN OJEK ONLINE
MENGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL, IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN POTENTIAL GAIN IN
COSTUMER VALUE (PGCV)**

OLEH
MUHAMMAD FANNY YOGA PRADANA
D600.170.003

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 02 Oktober 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

Nama	Tanda Tangan
1. Mila Faila Sufa, ST., MT. (Ketua Dewan Penguji)	
2. Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D. (Anggota I Dewan Penguji)	
3. Hafidh Munawir, S.T., M.Eng. (Anggota II Dewan Penguji)	

Dekan,



Rois Fathoni, S.T., M.Sc., Ph.D
NIDN. 0603027401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oranglain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Oktober 2021
Penulis



Muhammad Fanny Yoga Pradana

ANALISIS PELAYANAN KUALITAS JASA LAYANAN OJEK ONLINE MENGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE (PGCV)

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan, kepuasan konsumen terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah memenuhi kemauan dari konsumen sehingga kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan atau penyedia jasa. Pada jasa layanan ojek online konsumen masih tinggi dalam rasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini yaitu Menganalisis gap tiap atribut kualitas layanan pada layanan ojek online (GOJEK), menentukan dan menganalisis kuadran-kuadran pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA), menentukan prioritas perbaikan layanan dari pelayanan ojek online (GOJEK) menggunakan metode *Potential Gain in Costumer Value* (PGCV), Memberi usulan perbaikan pada jasa layanan ojek online (GOJEK). Pada metode servqual didapatkan nilai paling besar yaitu Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui *costumer service* yang sudah tersedia dan Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan sedangkan nilai gap terendah yaitu *Driver* tidak membedakan status sosial pelanggannya. Pada metode IPA yang termasuk pada kuadran I (Prioritas Utama) terdapat 5 pernyataan, kuadran II (Pertahankan Prestasi) terdapat 12 pernyataan, pada kuadran III (Prioritas Rendah) terdapat 7 pernyataan, dan kuadran IV (Berlebihan) terdapat 1 pernyataan. Pada metode PGCV terdapat 5 prioritas perbaikan dan perbaikan yang paling diprioritaskan adalah adalah Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui *costumer service* yang sudah tersedia. Usulan perbaikan pada kualitas layanan GOJEK dari 5 prioritas perbaikan yaitu Pihak Gojek memberikan platform-platform tambahan untuk mempermudah menyampaikan keinginan dan keluhan konsumen serta melakukan pelatihan-pelatihan terhadap *costumer service*, Melakukan sosialisasi asuransi yang diberikan oleh pihak GOJEK, dan Melakukan Training dan Evaluasi secara berkala kepada driver-driver GOJEK.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Servqual, IPA, PGCV

Abstract

Customer satisfaction is important for companies, customer satisfaction occurs when the quality of services provided by the company has fulfilled the wishes of consumers so that service quality is very important for companies or service providers. In online motorcycle taxi services, consumers are still high in disappointment with the services provided. The purpose of this study is to analyze

the gap for each service quality attribute in online motorcycle taxi services (GOJEK), determine and analyze quadrants in the Importance Performance Analysis (IPA) method, determine service improvement priorities from online motorcycle taxi services (GOJEK) using the Potential Gain in Customer method. Value (PGCV), Provide suggestions for improvements to online motorcycle taxi services (GOJEK). In the servqual method, the largest value is obtained, namely the GO-JEK Company always listens to the wishes and complaints of consumers through the customer service that is already available and the availability of insurance in the event of an accident while the lowest gap value is that the driver does not discriminate against the social status of its customers. In the IPA method which is included in quadrant I (Main Priority) there are 5 statements, quadrant II (Maintain Achievement) there are 12 statements, in quadrant III (Low Priority) there are 7 statements, and quadrant IV (Excessive) there are 1 statement. In the PGCV method, there are 5 priority improvements and the most prioritized improvement is that the GO-JEK Company always listens to consumer wishes and complaints through customer service that is already available. Proposed improvements to GOJEK's service quality out of 5 priority improvements, namely Gojek provides additional platforms to make it easier to convey consumer wishes and complaints as well as conduct trainings on customer service, disseminate insurance provided by GOJEK, and conduct regular training and evaluation to GOJEK drivers.

Keywords : Service Quality, Satisfaction, Servqual, IPA, PGCV

1. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini perkembangan teknologi semakin cepat dan canggih sehingga saat ini manusia tidak bisa dipisahkan dengan teknologi, dengan teknologi manusia dapat melakukan aktifitas dengan cepat dan praktis. Kemajuan yang sangat pesat dan cepat dibidang teknologi informasi sangat memberi pengaruh besar terhadap manusia pengaruh yang terlihat nyata adalah pada cara seseorang bertransaksi, hal yang paling besar dalam pengaruh perubahan ini adalah internet. Dengan adanya internet ini alat komunikasi atau smartphone dapat melakukan interaksi dimanapun dan kapanpun sehingga cara bertransaksi perusahaan yang sebelumnya dilakukan dengan waktu yang lama dan biaya yang besar dapat berubah menjadi lebih cepat dan lebih mudah. Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut perusahaan-perusahaan besar berlomba-lomba dalam membuat produk atau jasa dengan pemanfaatan teknologi yang canggih serta mobilitas masyarakat di era modern ini.

Sektor jasa transportasi merupakan salah satu hal penting dalam menunjang aktifitas di masyarakat, dalam pentingnya transportasi ini dapat dilihat dari meningkatnya daya minat masyarakat dalam penggunaan layanan transportasi umum di kota-kota besar seperti Solo. Oleh karena itu penyedia jasa-jasa transportasi berlomba-lomba dalam meningkatkan pelayanannya dengan kemudahan pemesanan, ketepatan waktu, kenyamanan, dan lain sebagainya. Dengan adanya kemajuan teknologi, mobilisasi masyarakat, dan kebutuhan masyarakat dalam menunjang aktifitas-aktifitas dengan mudah maka munculah aplikasi GOJEK, GRAB, dan MAXIM yang merupakan bisnis penyedia jasa yang bergerak di bidang teknologi informasi untuk memudahkan masyarakat dalam penggunaan jasa-jasa layanan transportasi.

GOJEK merupakan salah satu layanan transportasi berbasis teknologi yang dibuat oleh salah satu putra bangsa yaitu Nadiem Makarim pada tahun 2011. GOJEK sendiri merupakan aplikasi layanan transportasi online yang dapat digunakan di smartphone yaitu pada android di *playstore* dengan lebih dari 50 juta unduhan di tahun 2021 dan IOS. GO-JEK mempunyai layanan antara lain ada Go-Ride dan Go-Car, Go-Food, Go-send, Go-Shop , Go-Clean, Go-Box, Go-Glam , Go-Massage , Go-Med, dll. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh GO-JEK memberikan dampak positif di masyarakat yaitu kemudahan dalam aktifitas-aktifitas, biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu, keamanan yang terjaga saat menggunakan layanan, dan pelayanan yang sopan dan ramah.

Pada masa pandemi COVID-19 (*Coronavirus disesase*) merupakan virus yang berasal dari Wuhan, Provinsi Hubei (Rohman and Abdul, 2021) yang menyebar luas di Indonesia ini mempunyai efek besar bagi Industri jasa di Indonesia, baik efek negatif maupun efek negatif. Pada Industri jasa seperti GO-JEK harus mempunyai terobosan yang baru dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini karena diterapkannya *physical distancing* yang membuat terjadinya pembatasan sosial atau jaga jarak (Dewa and Safitri, 2020).

GO-JEK mempunyai tantangan yang cukup berat karena saat ini menghadapi masa pandemi COVID-19 (*Coronaviruse disease*), datangnya pesaing-pesaing

baru di dalam jasa layanan transportasi online diantaranya ada GRAB dan MAXIM, Harga yang kompetitif, serta pelayanan yang menurun. GOJEK bisa saja mengalami penurunan jumlah pelanggan karena berpindah aplikasi jasa penyedia ojek online lainnya, hal ini tentunya memiliki indikasi beberapa masalah terkait kualitas pelayanan sehingga sudah barang tentu harus menyadari mengenai kepuasan pelanggan yang harus dicapai GOJEK. Kunci dalam memenangi persaingan bisnis dapat diwujudkan salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal bagi pelanggan (Nusaputra, Choiri and Kusuma, 2018).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Fachrurrozy and Rachmawati, 2017). Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut (Saputra and Hati, 2017). Dengan kualitas pelayanan yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan dapat kepuasan layanan dari apa yang mereka dapatkan. Menurut (Ulkhag and Br. Barus, 2017) yang dikutip Chow (2007) dari Kualitas layanan jasa (*service quality*) sudah dianggap sebagai salah satu elemen kunci dari kesuksesan penyedia layanan karena dapat menyebabkan pelanggan menjadi puas.

Menurut (Maulana, 2016) yang dikutip dari Philip Kotler (1997) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Harapan - harapan pelanggan tersebut diatas seiring berjalanya waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan, pada umumnya harapan pelanggan yang paling penting adalah kepuasan pelanggan lebih memikirkan apa yang akan dibelinya atau diterimanya dapat memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut sebagai dasar pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut atau membeli. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi bisnis apabila tingkat kepuasan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menumbuhkan loyalitas terhadap

pelanggan, mencegah perputaran pelanggan (*customer turnover*), meningkatkan efektivitas iklan, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap persepsi harga, dan meningkatkan reputasi pada bisnis.

Menurut survey 53,8% konsumen menyatakan tertarik menggunakan jasa ojek online adalah karena harga, kemudian 38,5% karena pelayanan dan 7,7% karena alasan lain (Mathodah, 2019), survey tersebut diambil sebelum keluarnya aturan tentang tarif minimal ojek online. Pada Desember tahun 2019 di Solo terjadi unjuk rasa atau demo yang dilakukan oleh beberapa driver dari berbagai aplikasi ojek online karena terjadi beberapa ketimpangan perihal harga. Pemerintah melalui menteri perhubungan menurunkan peraturan tentang tarif minimal ojek online yang dimuat dalam keputusan menteri perhubungan no 258 tahun 2019 sehingga untuk ketertarikan penggunaan jasa ojek online karena harga sudah tidak berpengaruh dengan adanya peraturan menteri tersebut dan hal yang paling berpengaruh dalam ketertarikan penggunaan jasa ojek online untuk saat ini adalah perihal kualitas pelayanan ojek online sehingga menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

Fenomena kepuasan konsumen karena adanya faktor kualitas layanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat ada lebih dari 41% konsumen transportasi online pernah dikecewakan oleh operasional transportasi online. Hal ini diketahui dari hasil survei yang dilakukan oleh YLKI terhadap 4.668 pengguna transportasi online, baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Dari survei tersebut diketahui Aplikasi Gojek menduduki rating penggunaan tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6%. Hal yang paling banyak mengecewakan konsumen adalah pengemudi yang meminta pesannya dibatalkan. Hal lainnya yang mengecewakan konsumen adalah sulitnya mendapatkan pengemudi, pengemudi yang membatalkan secara sepihak, aplikasi map error, plat nomor yang tidak sama dengan yang tertera di aplikasi, hingga kondisi kendaraan yang kurang baik. Sedangkan sisanya tertuju kepada perilaku pengemudi. Di antaranya pengemudi yang tak kunjung datang, perilaku pengemudi yang tidak jujur ke konsumen, pengemudi yang memulai perjalanan

lebih dulu sebelum bertemu dengan konsumen, pengemudi yang ugal-ugalan, kendaraan yang berbau asap rokok, pengemudi yang tak mau diberi tahu dan pengemudi yang merokok saat berkendara. (Simorangkir, 2017) yang dikutip dari jurnal (Dausat, Arifin and Slamet, 2021).

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan atau penyedia jasa untuk menghadapi persaingan. salah satu hal yang penting untuk merebut pangsa pasar dari pesaing-pesaing dalam bisnis yang sama adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Konsumen yang merasa puas terhadap jasa yang diberikan dan menjadi konsumen yang setia akan merekomendasikan layanan dari mulut ke mulut sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang ada apabila belum menggunakan jasa atau layanan tersebut. Pelayanan yang berkualitas akan terus ditingkatkan perlu adanya tingkat pengaduan yang tinggi, tetapi pada umumnya banyak konsumen yang memilih untuk meninggalkan atau menghentikan pembelian terhadap produk jasa tersebut apabila merasa adanya rasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian berjudul “Analisis Pelayanan Kualitas Jasa Layanan Ojek Online Menggunakan Pendekatan *Servqual*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan *Potential Gain In Costumer Value (PGCV)*”. Pada analisis pelayanan kualitas jasa layanan ojek online ini akan menggunakan metode *Servqual*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan *Potential Gain In Costumer Value (PGCV)* ini cukup tepat karena untuk menganalisis kepuasan sebuah penyedia jasa karena melibatkan 5 dimensi kualitas jasa.

2. METODE

Penelitian yang akan dilakukan adalah Mahasiswa aktif pada jenjang Strata-1 (S1) pada fakultas teknik (FT) dan fakultas keguruan dan ilmu pengetahuan (FKIP) angkatan 2017-2019 Yang menggunakan jasa layanan ojek online yaitu GOJEK dilingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada penelitian ini menggunakan responden minimal sebanyak 99 responden berdasarkan

perhitungan rumus Slovin (Winarno and Absor, 2018). Sampel diambil berdasarkan teknik sampling *purposive sampling* (Oktarisa and Nanda, 2019) di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria subjek penelitian. Responden didapatkan dari pengisian kuesioner melalui *google form* yang berisi pertanyaan kualitas pelayanan GOJEK.

Pada penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa layanan ojek online yaitu GOJEK menggunakan metode Servqual, IPA, PGCV. Pada metode ini langkah yang harus dilakukan adalah yang pertama adalah membuat dan menyebar kuesioner yang berisi pernyataan 5 dimensi kualitas jasa (Ramya, 2019) yaitu dimensi *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empaty* (rasa perduli), dan *Tangible* (Bukti fisik). Selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui seberapa valid dan reliabel pertanyaan yang telah dibuat pada kuesioner (Saputra and Hati, 2017).

Pada metode servqual Menurut (Anita Asnawi, 2017) berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara harapan konsumen mengenai kinerja dari perusahaan dan penilaian konsumen mengenai kinerja aktual memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa. Menurut model servqual, apabila skor servqual negatif (-) berarti kualitas jasa kurang atau tidak baik (pelanggan tidak puas).hasil itu didapatkan dari perhitungan nilai gap. Menurut (Valenzo-Jiménez, Lazaro-López and Martínez-Arroyo, 2019) gap dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara rata-rata persepsi layanan seseorang dikurangi rata-rata harapan layanan yang dimiliki orang yang sama.

Pada metode IPA digunakan untuk mengkategorikan atau membagi keseluruhan atribut yang memiliki nilai gap ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius tersebut memiliki empat kategori prioritas. Empat kategori tersebut adalah empat kuadran di dalam diagram IPA, yaitu: prioritas utama (Kuadran 1), prioritas rendah (Kuadran 3), pertahankan kualitas (Kuadran 2), kualitas berlebih (Kuadran 4)) (Akbar Nagara and Emaputra, 2020).

Dari perhitungan *importance performance analysis*, selanjutnya dilakukan perhitungan PGCV untuk menentukan prioritas utama yang harus ditingkatkan

kualitasnya (Wirawan and Indriani, 2020). Pada metode PGCV digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan berdasarkan peringkat-peringkat Indeks PGCV memiliki nilai yang lebih tinggi kemudian dijadikan prioritas perbaikan yang signifikan (Sari, Rinawati and Midiawati, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Atribut Layanan

Identifikasi atribut pernyataan dilakukan dengan membuat kategori pelayanan apa saja yang ada di jasa layanan ojek online yaitu GOJEK. Selain itu juga dengan melakukan studi literatur berupa mempelajari referensi yang diperoleh dari berbagai jurnal yaitu (Saputra and Hati, 2017) dan (Murdianto, Rochmawati and Perdanakusuma, 2019) yang memuat informasi terkait atribut pernyataan dan melakukan wawancara terhadap beberapa sumber terkait. Atribut pernyataan mengenai pelayanan jasa layanan ojek online GOJEK dapat dilihat berikut:

3.1.1 Reliability

1. GO-JEK mengantarkan ketempat tujuan dengan tepat dan konsisten dalam pelayanan jasa atau sesuai dengan jadwal yang ditentukan.
2. Driver GO-JEK memiliki keterampilan dan handal dalam berkendara dan penguasaan area *maps*.
3. GO-JEK mengantarkan konsumen atau pesanan GO-FOOD dengan tepat waktu.
4. Driver handal berpenampilan rapi menggunakan seragam GO-JEK.
5. Keandalan aplikasi yaitu fitur pemantau pengendara pada aplikasi

3.1.2 Emphaty

1. GO-JEK merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan keselamatan konsumen.
2. Driver mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/siang/malam) pada awal pelayanan dan ucapan terimakasih ketika akhir pelayanan.
3. Driver tidak membedakan status sosial pelanggannya.
4. Driver peduli dengan keinginan pelanggan, seperti keinginan pada layanan GO-FOOD

5. Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui costumer service yang sudah tersedia.

3.1.3 *Assurance*

1. Driver GOJEK berperilaku sopan dan ramah ketika melayani pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.
2. Driver memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan tugasnya.
3. GOJEK Memberikan rasa aman ketika mengemudi kendaraan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan mengutamakan keselamatan konsumen.
4. GOJEK adalah transportasi yang memberikan rasa nyaman kepada pelanggan untuk pelayanan yang berkualitas.
5. Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan.

3.1.4 *Tangible*

1. GO-JEK menggunakan kendaraan yang baik sesuai peraturan dari gojek
2. GO-JEK melengkapi atribut kendaraan sesuai standart kepolisian Republik Indonesia dan aman untuk dikendarai serta membawa kelengkapan surat-surat ketika berkendara.
3. Driver memakai identitasnya sebagai driver PT GO-JEK Indonesia
4. GO-JEK memberikan atribut tambahan kepada pelanggan untuk berkendara dan penvegahan terhadap COVID-19 seperti masker, jas hujan, dan hand sanitizer
5. Aplikasi yang digunakan oleh konsumen mudah dimengerti dan mudah digunakan serta *upgrade* aplikasi pada *android* atau *IOS*.

3.1.5 *Responsiveness*

1. GOJEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan memesan.
2. GOJEK menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu.
3. GOJEK memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas.

4. GOJEK Tanggap ketika ada pemesanan dari pelanggan.
5. Aplikasi GOJEK menghubungkan antara pelanggan dengan driver dengan cepat.

3.2 Analisis Hasil Perhitungan dan Pengolahan Data

3.2.1 Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan dan Atribut Harapan

Tabel 1 Dan 2 Merupakan hasil uji validitas Atribut Kenyataan dan Atribut Harapan.

Tabel 1 Perhitungan Uji Validitas Atribut Kenyataan

Variabel	Hasil Perhitungan
n	30
df	28
confidence level	95%
α	0.05
r tabel	0.361

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
1	0.741	0.361	Valid
2	0.576	0.361	Valid
3	0.669	0.361	Valid
4	0.652	0.361	Valid
5	0.635	0.361	Valid
6	0.743	0.361	Valid
7	0.591	0.361	Valid
8	0.744	0.361	Valid
9	0.795	0.361	Valid
10	0.624	0.361	Valid
11	0.600	0.361	Valid
12	0.563	0.361	Valid
13	0.754	0.361	Valid
14	0.687	0.361	Valid
15	0.712	0.361	Valid
16	0.670	0.361	Valid
17	0.635	0.361	Valid
18	0.648	0.361	Valid
19	0.726	0.361	Valid
20	0.544	0.361	Valid
21	0.691	0.361	Valid
22	0.709	0.361	Valid

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
23	0.827	0.361	Valid
24	0.733	0.361	Valid
25	0.791	0.361	Valid

Analisis :

Berdasarkan data pada Tabel 2 Perhitungan Uji Validitas Atribut Kenyataan yaitu n sebesar 30, df sebesar 28, *confidence level* sebesar 95%, α sebesar 0.05, dan r tabel sebesar 0.361 . Uji validitas yang terdapat pada tabel 2 Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan pada hasil uji validitas tersebut dicari menggunakan software SPSS yaitu dengan cara memasukkan hasil kuesioner yang didapatkan kedalam *software* SPSS kemudian dianalisis dan dilihat pada hasil total *pearson correlation* berupa r hitung apabila nilai r hitung > r tabel maka pertanyaan pada kuesioner tersebut *valid*, dan apabila nilai r hitung < nilai r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil yang diperoleh dari pengujian pada kuesioner dengan 25 pertanyaan bahwasanya keseluruhan pernyataan yang diuji terbukti *valid*.

Tabel 3 Perhitungan Uji Validitas Atribut Harapan

Variabel	Hasil Perhitungan
n	30
df	28
confidence level	95%
α	0.05
r tabel	0.361

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Atribut Harapan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
1	0.587	0.361	Valid
2	0.708	0.361	Valid
3	0.540	0.361	Valid
4	0.402	0.361	Valid
5	0.513	0.361	Valid
6	0.722	0.361	Valid
7	0.626	0.361	Valid
8	0.572	0.361	Valid
9	0.840	0.361	Valid
10	0.730	0.361	Valid
11	0.775	0.361	Valid
12	0.679	0.361	Valid
13	0.695	0.361	Valid

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
14	0.564	0.361	Valid
15	0.613	0.361	Valid
16	0.635	0.361	Valid
17	0.601	0.361	Valid
18	0.695	0.361	Valid
19	0.660	0.361	Valid
20	0.700	0.361	Valid
21	0.646	0.361	Valid
22	0.544	0.361	Valid
23	0.653	0.361	Valid
24	0.724	0.361	Valid
25	0.746	0.361	Valid

Berdasarkan data pada Tabel 3 Perhitungan Uji Validitas Atribut Harapan yaitu n sebesar 30, df sebesar 28, *confidence level* sebesar 95%, α sebesar 0.05, dan r tabel sebesar 0.361 . Uji validitas yang terdapat pada tabel 4.x Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan pada hasil uji validitas tersebut dicari menggunakan *software* SPSS yaitu dengan cara memasukkan hasil kuesioner yang didapatkan kedalam *software* SPSS kemudian dianalisis dan dilihat pada hasil total *pearson correlation* berupa r hitung apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka pertanyaan pada kuesioner tersebut valid, dan apabila nilai r hitung lebih kecil daripada nilai r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil yang diperoleh dari pengujian pada kuesioner dengan 25 pertanyaan bahwasanya keseluruhan pernyataan yang diuji dengan *software* SPSS terbukti valid.

3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Kenyataan dan Atribut Harapan

Gambar 5 Dan 6 Merupakan hasil uji Reliabilitas Atribut Kenyataan dan Atribut Harapan.

Tabel 5 Output Uji Reliabilitas Atribut Kenyataan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.951	25

Analisis :

Berdasarkan output tabel 5 diketahui N of item (butir pernyataan pada kuesioner) ada 25 buah dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,951. Karena nilai 0,951 >

0,60 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan *reliabel* atau konsisten.

Tabel 6 *Output* Uji Reliabilitas Atribut Harapan

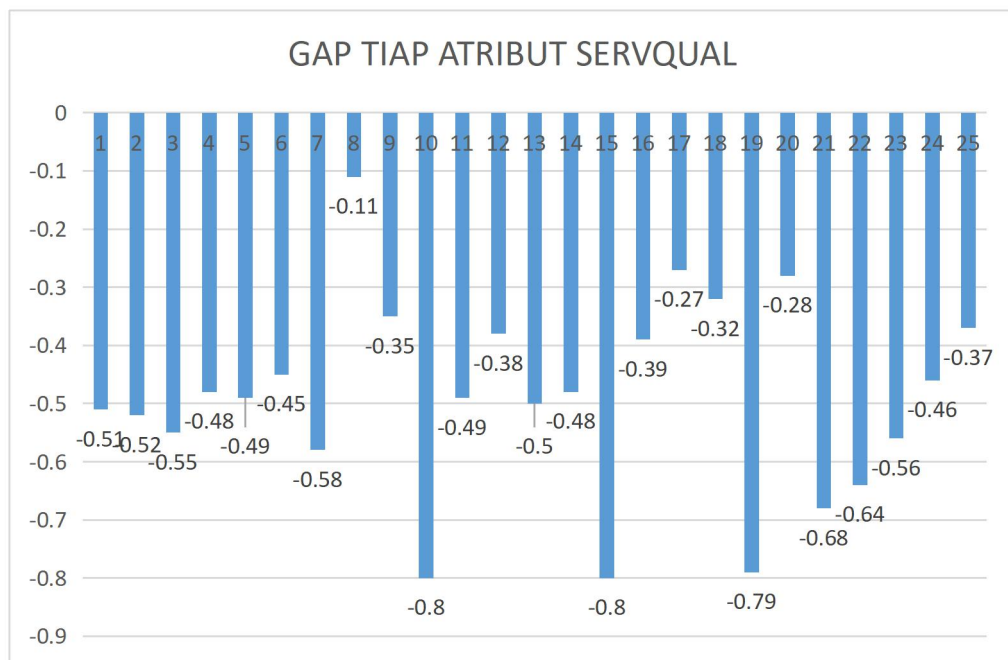
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.940	25

Analisis :

Berdasarkan *output* tabel 6 diketahui N of item (butir pernyataan pada kuesioner) ada 25 buah dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,940. Karena nilai $0,940 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan *reliabel* atau konsisten.

3.2.3 Analisis *Servqual*

Analisis *Servqual* berdasarkan perhitungan dan pengolahan data kuesioner kinerja dan harapan jasa layanan ojek online GOJEK pada fakultas teknik (FT) dan fakultas keguruan dan ilmu pengetahuan (FKIP) dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang telah memenuhi kriteria penelitian berdasarkan perhitungan GAP didapatkan nilai pada gambar 1.

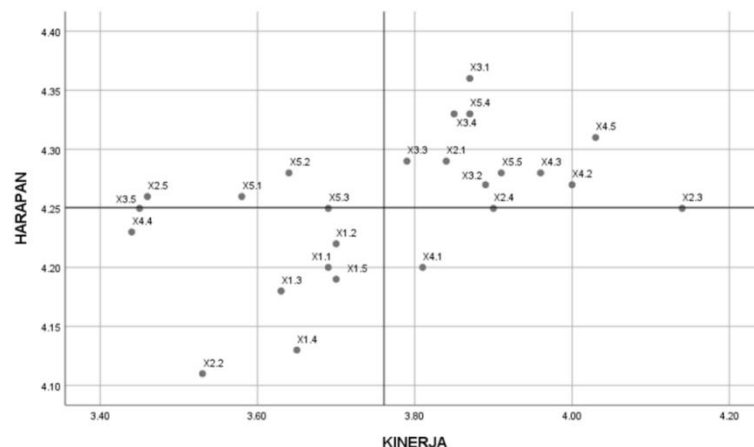


Gambar 1 Gap tiap atribut servqual

Berdasarkan pada gambar 1 didapatkan nilai paling besar yaitu pada atribut pernyataan ke 10 yaitu Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui *costumer service* yang sudah tersedia dan ke 15 yaitu Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan dengan nilai skor gap yaitu -0,8 sedangkan nilai gap terendah yaitu terdapat pada atribut pernyataan ke 8 yaitu *Driver* tidak membedakan status sosial pelanggannya. Pada layanan jasa ojek online yaitu GOJEK, nilai gap masih pada nilai negatif karena kurang puasnya konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak-pihak GOJEK. Keadaan ini berarti pihak gojek harus terus melakukan perbaikan pada beberapa aspek-aspek layanan yang ada pada layanan GOJEK. Semua nilai gap bernilai negatif karena pernah merasakan pelayanan jasa ojek online yang lebih baik dari yang dirasakan saat menggunakan jasa layanan GOJEK sehingga konsumen merasa pelayanan belum memenuhi harapan yang diinginkan. Dalam persaingannya di Solo yang menyediakan jasa layanan ojek online seperti GRAB dan MAXIM yang menjadi pesaing utama dalam memberikan pelayanan seperti GOJEK.

3.2.4 Analisis IPA

Dalam metode IPA, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix* yang terdiri dari empat kuadran dengan kriteria tertentu. Berikut pada gambar 4.x merupakan hasil pemetaan IPA.



Gambar 2 Hasil pemetaann IPA

Berdasarkan hasil pemetaan IPA pada gambar 2 yang didalamnya terdapat 4 kuadran yang didalamnya berisis atribut-atribut mana saja yang merupakan Prioritas Utama , dipertahankan, prioritas rendah, dan berlebihan pada kualitas pelayanan GOJEK. Berikut merupakan kuadran-kuadran pada IPA:

1. Kuadran I Prioritas Utama (*Concentrate These*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan,tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini merupakan prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran I yaitu X2.5 (Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui costumers service yang sudah tersedia), X3.5 (Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan), X5.1 (GOJEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan memesan), X5.2 (GOJEK menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu), dan X5.3 (GOJEK memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas). Perusahaan memprioritaskan untuk fokus memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran ini, dikarenakan kualitas kinerja yang tidak memuaskan.

2. Kuadran II Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan,dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran II yaitu X2.1 (GO-JEK merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan keselamatan konsumen), X2.3 (Driver tidak membedakan status sosial pelanggannya), X2.4 (Driver peduli dengan keinginan pelanggan, seperti keinginan pada layanan GO-FOOD), X3.1 (Driver GOJEK berperilaku sopan dan ramah ketika melayani pelanggan untuk

memberikan pelayanan yang berkualitas.), X3.2 (Driver memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan tugasnya), X3.3 (GOJEK Memberikan rasa aman ketika mengemudi kendaraan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan mengutamakan keselamatan konsumen), X3.4 (GOJEK adalah transportasi yang memberikan rasa nyaman kepada pelanggan untuk pelayanan yang berkualitas), X4.2 (GO-JEK melengkapi atribut kendaraan sesuai standart kepolisian Republik Indonesia dan aman untuk dikendarai serta membawa kelengkapan surat-surat ketika berkendara), X4.3 (Driver memakai identitasnya sebagai driver PT GO-JEK Indonesia), X4.5 (Aplikasi yang digunakan oleh konsumen mudah dimengerti dan mudah digunakan serta upgrade aplikasi pada android atau IOS), X5.4 (GOJEK Tanggap ketika ada pemesanan dari pelanggan), dan X5.5 (Aplikasi GOJEK menghubungkan antara pelanggan dengan driver dengan cepat).

3. Kuadran III Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran III yaitu X1.1 (GO-JEK mengantarkan pelanggan ketempat tujuan dengan tepat dan konsisten dalam pelayanan jasa atau sesuai dengan jadwal yang ditentukan), X1.2 (Driver GO-JEK memiliki keterampilan dan handal dalam berkendara dan penguasaan area *maps*), X1.3 (GO-JEK mengantarkan konsumen atau pesanan GO-FOOD dengan tepat waktu), X1.4 (Driver handal berpenampilan rapi menggunakan seragam GO-JEK), X1.5 (Keandalan aplikasi yaitu fitur pemantau pengendara pada aplikasi) X2.2 (Driver mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/siang/malam) pada awal pelayanan dan ucapan terimakasih ketika akhir pelayanan), dan X4.4 (GO-JEK memberikan atribut tambahan kepada pelanggan untuk berkendara dan penvegahan terhadap COVID-19 seperti masker, jas hujan, dan hand sanitizer).

4. Kuadran IV Berlebihan (*Possible Overkill*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Berikut merupakan atribut-

atribut yang masuk dalam kuadran IV yaitu X4.1 (GO-JEK menggunakan kendaraan yang baik sesuai peraturan dari gojek).

3.2.5 Analisis PGCV (*Potential Gain In Costumer Value*)

Berdasarkan Kuadran I yaitu atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan, dapat diketahui pada tabel 8 berikut :

Tabel 7 Perhitungan Nilai PGCV

No	Var	Kinerja	Harapan	Indeks UDCV	Indeks ACV	Nilai PGCV	Urutan Prioritas
1	X2.5	3.46	4.26	21.3	14.7396	6.5604	2
2	X3.5	3.45	4.25	21.25	14.6625	6.5875	1
3	X5.1	3.58	4.26	21.3	15.2508	6.0492	3
4	X5.2	3.64	4.28	21.4	15.5792	5.8208	4
5	X5.3	3.69	4.25	21.25	15.6825	5.5675	5

Pada tabel 7 didapatkan urutan prioritas perbaikan dengan urutan pertama dengan nilai PGCV yaitu 6,5875 adalah Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui *costumer service* yang sudah tersedia, urutan kedua dengan nilai PGCV yaitu 6,5604 adalah Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan, urutan ketiga dengan nilai PGCV 6,0492 adalah GOJEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan memesan, urutan keempat dengan nilai PGCV yaitu 5,8208 adalah GOJEK menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu, dan urutan kelima dengan nilai PGCV yaitu 5,5675 adalah GOJEK memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas. Dengan urutan ini perusahaan dapat menentukan urutan prioritas perbaikan mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu.

3.3 Usulan Perbaikan

3.3.1 Pihak Gojek memberikan *platform-platform* tambahan untuk mempermudah menyampaikan keinginan dan keluhan konsumen serta melakukan pelatihan-pelatihan terhadap *costumer service*.

Pihak gojek harus menyediakan platform-platform sebagai wadah memberikan keinginan dan keluhan konsumen tidak hanya melalui *call center* dan email saja karena pada saat pandemi COVID-19 kantor GOJEK banyak yang melakukan WFH termasuk kantor di Solo sehingga kurangnya respon pada *costumer service* yang tersedia yang membuat para konsumen kesulitan dalam penyampaian keinginan dan keluhan selama mengalami permasalahan pada jasa layanan GOJEK. Kurang respon dan tidak ada jawaban mengenai keinginan dan keluhan menjadikan konsumen juga kebingungan terhadap keinginan dan keluhan yang disampaikan kepada pihak GOJEK. Pelatihan kepada *costumer service* juga perlu dilakukan, Menurut (Nusaputra, Choiri and Kusuma, 2018) Customer service sebagai *front-line employee* yang menangani keluhan pelanggan harus dapat menyampaikan pemecahan masalah dari keluhan pelanggan tersebut atau mentransfernya kepada pihak yang terkait dengan keluhan tersebut yang kemudian akan dilakukan respon penanganan keluhan tersebut secara cepat. Dengan dilakukan pelatihan-pelatihan terhadap *costumer service* dapat meningkatkan kompetensi, pengetahuan, dan wawasan bagi *Costumer service*.

3.3.2 Melakukan sosialisasi asuransi yang diberikan oleh pihak GOJEK

Sosisalisasi mengenai asuransi diberikan pada konsumen GOJEK agar konsumen mengetahui apa saja asuransi yang digunakan oleh pihak GOJEK, Apa saja yang didapatkan dari asuransi yang tersedia, dan bagaimana cara melakukan klaim apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan sehingga perlunya asuransi dari pihak GOJEK ke konsumen.

3.3.3 Melakukan *Training* dan Evaluasi secara berkala kepada *driver-driver* GOJEK.

Menurut McClelland (2002) *training* merupakan aktivitas yang mengubah perilaku seseorang. Peningkatan produktivitas sering dijadikan alasan utama pentingnya perusahaan melakukan training. Tetapi hal tersebut sesungguhnya hanya salah satu manfaat dari training. Training tidak hanya dilakukan untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga untuk memotivasi dan memberikan inspirasi kepada karyawan dengan membiarkan karyawan tahu betapa pentingnya pekerjaan mereka, dan memberikan semua informasi yang mereka butuhkan untuk

melakukan pekerjaannya. Manfaat untuk training untuk karyawan yaitu membantu karyawan dalam membuat keputusan dan pemecahan masalah yang lebih efektif, melalui training dan pengembangan, variabel pengenalan, pencapaian prestasi, pertumbuhan, tanggung jawab dan kemajuan dapat diinternalisasi dan dilaksanakan, Membantu mendorong dan mencapai pengembangan diri dan rasa percaya diri, Membantu karyawan mengatasi stress, tekanan, frustrasi, dan konflik, Memberikan informasi tentang meningkatnya pengetahuan kepemimpinan, keterampilan komunikasi, dan sikap, Meningkatkan kepuasan kerja dan pengakuan, Membantu karyawan mendekati tujuan pribadi sementara meningkatkan keterampilan interaksi, Memenuhi kebutuhan personal peserta, Memberikan nasihat dan jalan untuk melakukan pekerjaannya, Membantu pengembangan keterampilan dalam berinteraksi dengan seseorang, dan membantu menghilangkan rasa takut melaksanakan tugas baru. Training dilakukan secara berkala dilakukan juga agar mengikuti kemajuan teknologi serta kemajuan jaman. Dengan training ini driver-driver GOJEK yang ada disekitaran kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta diharapkan dapat memenuhi harapan dari konsumen pengguna layanan ojek online ini.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Terdapat 25 atribut kualitas pelayanan ojek online GOJEK dengan 5 dimensi yang ada kemudian dilakukan perhitungan gap dari hasil pengisian kuesioner responden dan mendapatkan hasil seluruh nilai gap atribut pernyataan bernilai negatif yang artinya membutuhkan perbaikan pada layanan kualitas GOJEK tersebut, dan nilai gap tertinggi yaitu pada atribut pernyataan “keluhan konsumen melalui costumer service yang sudah tersedia” dan “Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan” dengan nilai gap -0,8.

Pada hasil analisis IPA didapatkan atribut-atribut yang berada pada kuadran I yaitu Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui costumer service yang sudah tersedia, Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan, GOJEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan

ketika pelanggan memesan, GOJEK menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu, dan GOJEK memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas. Pada kuadran ini mempunyai nilai kinerja yang rendah tetapi memiliki nilai harapan terhadap kualitas pelayanan yang tinggi sehingga diperlukan perbaikan pada atribut ini.

Hasil peringkat prioritas menggunakan *Potential gain in costumer value* (PGCV) secara berurutan berdasarkan hasil kuadran I *Importance performance analysis* (IPA) yaitu Perusahaan GO-JEK selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen melalui *costumer service* yang sudah tersedia, Ketersediaan asuransi jika terjadi kecelakaan, GOJEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan memesan., GOJEK menjemput dan mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu., GOJEK memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas.

Usulan yang diharapkan untuk melakukan perbaikan kualitas layanan GOJEK yaitu Pihak Gojek memberikan *platform-platform* tambahan untuk mempermudah menyampaikan keinginan dan keluhan konsumen serta melakukan pelatihan-pelatihan terhadap *costumer service*, Melakukan sosialisasi asuransi yang diberikan oleh pihak GOJEK, dan Melakukan *Training* dan Evaluasi secara berkala kepada *driver-driver* GOJEK.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Gojek Soloraya dapat mempertimbangkan usulan yang diberikan berdasarkan hasil pada penelitian ini.
2. Penelitian ini memerlukan penelitian lanjutan dengan sampel yang berbeda dan lebih banyak karena masih banyak kota yang menyediakan jasa layanan GOJEK
3. Pihak GOJEK harus memperhatikan berbagai atribut-atribut laynanan pada semua dimensi *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap),

Assurance (Jaminan), *Empaty* (rasa peduli), dan *Tangible* (Bukti fisik) untuk layanan GOJEK yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Nagara, A. O. and Emaputra, A. (2020) 'Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop', *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 2(2), pp. 97–104. doi: 10.37631/jri.v2i2.183.
- Anita Asnawi (2017) 'Servqual Model Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Bongkar Muat dan EMKL', *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 1(1), pp. 1–13.
- Dausat, J., Arifin, R. and Slamet, A. R. (2021) 'Prodi manajemen', *Riset Manajemen*, pp. 115–129.
- Dewa, C. B. and Safitri, L. A. (2020) 'Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada Masa Physical Distancing', *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1). doi: 10.24269/asset.v3i1.2652.
- Fachrurozy, M. and Rachmawati, I. (2017) 'ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA GOJEK BANDUNG', *Jurnal Governansi*, 2(2), p. 65. doi: 10.30997/jgs.v2i2.211.
- Mathodah, S. (2019) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DRIVER OJEK ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GOJEK AREA', 2(3), pp. 271–280. doi: 10.5281/zenodo.3269357.
- Maulana, A. S. (2016) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), pp. 37–44. doi: 10.36226/jrmb.v4i1.240.
- Murdianto, Y., Rochmawati, R. I. and Perdanakusuma, A. R. (2019) 'Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(1), pp. 603–612.
- Nusaputra, N., Choiri, M. and Kusuma, L. T. W. N. (2018) 'Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Dengan Metode Servqual , Ipa , Dan Indeks Pgcv (Studi Kasus Di PT . Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang)', *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 2(6), pp. 1239–1250.
- Oktarisa, F. and Nanda, C. A. (2019) 'Amanah Dan Kepuasan Konsumen Dalam Memprediksi Produktivitas Rider Ojek Online', *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 3(1), p. 27. doi: 10.30595/jssh.v3i1.3387.

- Ramya, N. (2019) 'Development', *International Journal Of Research & Developmen (IJRD)*, 4(2).
- Rohman, S. and Abdul, F. W. (2021) 'Pengaruh Pelayanan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), pp. 73–85.
- Saputra, Y. S. and Hati, S. W. (2017) 'Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wakjek) Di Kota Batam', *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), pp. 96–121. doi: 10.30871/jaba.v1i1.1271.
- Sari, D. P., Rinawati, D. I. and Midiawati (2018) 'Airline service quality analysis using integration of Fuzzy Servqual, PGCV index, and TRIZ methods in Indonesian full-service carrier airlines', *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 8(3), pp. 918–923. doi: 10.18517/ijaseit.8.3.3889.
- Ulkhag, M. M. and Br. Barus, M. P. (2017) 'Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera', *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), p. 61. doi: 10.30656/jsmi.v1i2.365.
- Valenzo-Jiménez, M. A., Lazaro-López, D. A. and Martínez-Arroyo, J. A. (2019) 'Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio de transporte público en Morelia, Mexico/Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico', *Dyna*, 86(211), pp. 64–74. Available at: <https://search.proquest.com/docview/2329588941?accountid=49069>.
- Winarno, H. and Absor, T. (2018) 'Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Pt. Media Purna Engineering', *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2), pp. 146–160. doi: 10.30988/jmil.v1i2.15.
- Wirawan, N. K. and Indriani, S. (2020) 'Tlogomas Menggunakan Metode PGCV (Potential Gain in Customer Value)', *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 3(2).